ChinaXiv合作期刊

期刊编辑的传统媒体与“互联网 +”的碰撞时代

摘　要：随着国家层面将“互联网 +”纳入政府工作报告，行业、企业也因“互联网 +”迸发出新的活力，态度逐渐由接受到认可。期刊编辑如何转变思想意识，并将思想的转变带入到编辑工作中，是值得研究的课题。

关键词：互联网 +；传统媒体；网络化；期刊编辑

中图分类号：G237.5　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2018）01-038-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.01.009

文 / 高原

chinaXiv:202310.02314v1

纸质出版物历来是文化传承的载体，有着弘扬先进文化和传统的重要使命。这决定了纸质出版物必须要有一定的深度与广度，而人人可以成为媒体人的自媒体时代，一则新闻的诞生只需要几分钟，标题党、博眼球，这些毫无技术含量的做法都成了吸粉的重要手段。不可否认，移动终端的壮大，大传媒环境已经形成。如何接受并适应这种环境下的编辑工作，去其糟粕、取其精华，成为刻不容缓的问题。

1.“固定”思维模式向“成长”思维模式转变

期刊编辑在传统媒体中充当引领期刊发展的重要角色，选题策划、组织作者、约取稿件、编辑校对、出版发行、市场营销等一系列工作都有编辑人员不懈的努力。在传统媒体面临巨大挑战的时期，编辑人员要勇于打破固有的思维限制，编辑理念应由单一化转为多样化，对于期刊的营销理念和品牌形象的建设也要逐渐加强。

编辑人员要将自身丰富的业务能力同发展的时代相结合，善于捕捉闪光点，及时推送信息，针对“互联网 +”环境下的编辑出版活动所具有的“多样化的稿件来源”“立体化的出版形式”“价值化的出版资源”等新特征，树立用户意识、大数据意识、跨界合作意识、创新意识、营销意识等一切符合大传媒环境下出版运行规律的新意识，传播正能量，促进出版行业的良性发展。

2. 增强职业荣誉感，树立文化使命感

随着国民素质的不断提高，人们精神需求的高度也不断提高，读者更高视野的开阔要求编辑人员不仅要具有良好的职业素养，更要拥有正确的职业情感。面对复杂多变的社会形势，编辑人员要找到主旋律，弘扬正能量，加强自身知识储备，用正确的判断能力充分发挥期刊编辑的创造性，永远以社会效益为根本，切勿为追求商业利益而选题不当，影响受众。编辑人员应该树立发展的文化使命感，随着时代发展不断进行自我完善。坚持一切以质量为本，选优刊优传优，编辑加工优秀论文进行社会舆论的引导。大媒体环境下，编辑人员面对更加严格的要求，更需要明确职业自豪感、荣誉感的重要意义，不断提高工作的自律性，不断进步和自我优化。

3. 网络化时代编辑应扩展的能力

期刊编辑人员既要有对传统期刊连贯性的坚持，也要有对网络时效性热点话题的追踪。伴随着网络和信息的发展，期刊出版业的竞争呈现白热化，在“互联网 +”的环境下，市场的需求促进了编辑工作的开展，出版业对期刊编辑人员也提出了更高的要求。

3. 1 大传媒环境下编辑工作的类型

3.1.1 创意型编辑

创新成为期刊在大媒体环境下制胜的关键，创新型编辑则成为期刊编辑部的灵魂人物。新闻出版的行业性质决定高质量的、优秀的出版物是重要的产品。开拓思路，开设有特色的、独特的、有思想深度的品牌精品，是创新型编辑责无旁贷的任务。

3.1.2 技术型编辑

技术型编辑熟知编辑出版的法律和业务，具有较强的实践能力，还具有非常熟练的互联网操作技术。从选题策划、组织、处理题目、编辑校对、宣传推介、与读者沟通等方面，到互联网的操作应用，都有很丰富的经验。

3.1.3 综合型编辑

综合型编辑是编辑队伍里的状元，除掌握了本专业以外的业务能力外，还熟悉其他学科的理论知识，具有敏锐的市场洞察力和较强的创新能力，视野开阔，具有现代出版理念的独到见解，具有较强的沟通能力和丰富的实践经验。

3. 2 大传媒环境下编辑应具有的能力

3.2.1 筛选整合信息，选题策划能力

在信息爆炸的互联网时代，编辑应借助分析工具、互联网计算工具和大数据来获取全面精准的市场数据，借此预估市场，练就从众多事件中选出有代表性、有价值的选题，排除价值很小或无价值的选题项目，提高有效出版率。

策划选题是编辑流程的出发点，是编辑出版的核心工作，得优秀策划得天下。编辑就是那个发现优秀的探路人，所以期刊编辑要时刻培养自己的前瞻意识，提高对行业的敏锐洞察力。

chinaXiv:202310.02314v1

“互联网 +”环境下出版的重要特征之一是创新，也是编辑工作开展的原动力。编辑需要从内心摆脱内容载体的束缚， 坚持“内容为王，服务大众”的意识。在难以归类的海量信息的互联网上，要具备选择能力，对有用信息进行整合加工，出版适合期刊定位的读者阅读的读物。在来稿质量参差不齐的情况下，编辑人员要有一定的筛选能力，挑选出最有价值的文章进行编辑加工，并针对刊发载体的不同，将同一内容设计成适合不同标题、不同风格、不同阅读人群的纸质出版物、手机终端、电子书等适合阅读的出版物。

3.2.2 市场预测及营销能力

期刊出版要在保持稳定性的同时顺势而为，针对行业热点话题开设专栏或特稿分析，针对不同的读者群体，提升对市场的预测能力、期刊的设计能力以及后续发行营销能力。要求编辑人员对运作的期刊有较为精准的市场判断力，能够准确地对期刊社会价值和市场价值进行评估。必要情况下，可以通过大数据分析，开设期刊手机终端（微博、微信、app、微店）销售，促进传播平台和社交平台的有效对接，扩展传播营销渠道，提升传播营销效果，实现传播的互动化、即时化，利用精准的营销策略进行杂志的二次发行。

3.2.3 跨界合作能力

“互联网＋”环境下，编辑要认清各行各业逐渐缩小的距离和逐渐增强的依赖性，只有向开放式转型的生长模式转变，才能使期刊长久发展。编辑人员必须具有传统媒体所不具备的跨界合作的能力，进行品牌的延伸，衍生品的开发，拓宽期刊盈利模式。在这一环节中，编辑人员要充分发挥自身的经验优势，不要放弃原来的工作专长，期刊内容的方向决定着合作伙伴的方向，期刊编辑要做到内容的专业化和细节化。

3.2.4 互联网应用能力

编辑人员不仅要熟练操作各种在线交流工具（邮箱、微博、QQ、微信），还要利用各种问卷调查网站进行市场调研。创建相关的网站平台，实现与不同受众的互动与沟通，及时了解读者作者的想法，并做好工作的优化和调整。新媒体背景下，编辑的工作形式从纸质出版物的加工变成了纸质出版物＋互联网的双重整理加工。内容需要经过数字技术的一系列处理才能制作成适合网络或阅读器浏览的产品，这就要求编辑人员除了具有传统媒体良好的文字处理能力之外，还要掌握的视频、声音、图画制作的能力。期刊编辑只有不断地提高自己网络应用能力，才能胜任大媒体背景下不断发展的技术岗位。

3.2.5 分析整合能力

大众的生活方式已经部分依赖手机及网络，当前媒体的重要变化，是依托音频、视频、图文等性质差异进行分类。期刊编辑要不断优化自身的市场定位、选题策划和内容编辑，不断分析和整合获取的信息内容，寻求最为适合期刊选题的信息素材，充分利用现存的资源优势，积极准确开发具有新媒体特点的产品，提供对读者的后续服务。

3.2.6 扩展人脉能力

无论是传统媒体还是“互联网 +”的时代，期刊编辑人员都应开发并存续适合期刊方向的作者资源，与作者有着密切的联系，从作者研究的学科前沿方向中找到未来适合的选题，并加以细化研究，见刊出版。加强与读者的沟通，了解读者对期刊的客观评价，从而不断完善调整栏目设置，同时发掘一部分优秀读者变为期刊固定专栏作者。

3.2.7 提高校对能力

内容的传播不仅是文化的传承，更具有示范和引导作用。何种出版方式，都要严格达到同纸质出版物一样的标准，不超过新闻出版总署规定的最高差错率，要心存“失之毫厘谬以千里”的心态，校对每一个可能存在错误的细微之处。期刊必须执行的国家标准、标点符号的用法、数字的表达、量和单位名称、插图的规范化、数字符号和数学式（化学符号和化学式）的编排、语言文字的规范，都必须严格认真执行国家标准，符合期刊的质量要求及评分标准。

结语

综上所述，期刊编辑人员必须意识到，期刊的竞争就是品牌的竞争，更是编辑人员素质和能力的竞争，编辑是期刊出版单位的核心竞争力。编辑要具备整理加工技能、选题策划素养、协调沟通能力、不断创新的活力，要随着国家和社会的快速发展，及时调整工作的方式，与时俱进，培养前瞻能力、策划能力、求实能力，在密切关注国家发展动向、反映先进文化以外，还要在新媒体时代背景下掌握新媒体应用能力，不断策划出适合移动终端阅读的高品质内容，避免和纸质出版物同质化，精益求精，成为识大局、观长远、抓热点、懂营销的综合型人才，适应时代发展，传承优秀文化。编辑部在人才培养和选用方面，要优化人才引进机制，创建合理的知识结构和人才评价体系，营造良好的媒介环境。媒

参考文献

[1] 胡茂水．“互联网 +”时代下出版社编辑工作的转型与升级 [J]. 出版广角，2017（12）：213-214.
[2] 郭纹．大传媒环境下期刊编辑人才培养探讨 [J]. 山西广播电视大学学报，2017（04）：89-91.
[3] 李颖．“互联网 +”时代科技类版权编辑职业素养探析 [J]. 编辑实务，2017（11）：39-42.
[4] 樊敏．新媒体时代对期刊编辑的要求分析 [J]. 科技新闻传播，2017（22）：37-38.

（作者单位：中国建筑东北设计研究院有限公司建筑设计管理编辑部）